

**SRATEGI BERTINDAK TUTUR KOMISIF
PADA WACANA IKLAN KOSMETIK**



Skripsi Diajukan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan
pada Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia

Diajukan Oleh:

HELIN DIAN ANTIKA

A310110143

PENDIDIKAN BAHASA INDONESIA

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSIAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FEBRUARI, 2016

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini,

Nama : Helin Dian Antika

NIM : A310110143

Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Judul Skripsi : Strategi Bertindak Tutur Komisif pada Wacana Iklan Kosmetik

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya serahkan ini benar-benar hasil karya saya sendiri dan bebas plagiat karya orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu/dikutip dalam naskah dan disebutkan pada daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini hasil plagiat, saya bertanggung jawab sepenuhnya dan bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Surakarta, 22 Februari 2016

Yang membuat pernyataan,



Helin Dian Antika

NIM. A310110143

**STRATEGI BERTINDAK TUTUR KOMISIF
PADA WACANA IKLAN KOSMETIK**

Diajukan Oleh:

HELIN DIAN ANTIKA

A310110143

Skripsi telah disetujui oleh pembimbing skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu
Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta untuk dipertahankan di hadapan
tim penguji skripsi

Surakarta, 22 Februari 2016



Prof. Dr. Harun Djoko Prayitno, M.Hum

NIP. 196504281993031001


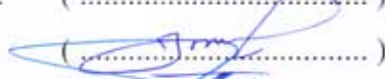

PENGESAHAN SKRIPSI
STRATEGI BERTINDAK TUTUR KOMISIF
PADA WACANA IKLAN KOSMETIK

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

HELIN DIAN ANTIKA
A310110143

Telah dipertahankan di depan Penguji pada hari Selasa, 26 Juli 2016 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat

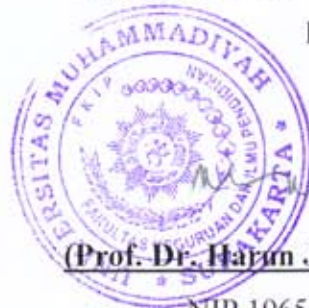
Susunan Dewan Penguji

- | | | |
|--|-----------|--|
| 1. Prof. Dr. Harun Joko Prayitno, M.Hum. | (.....) |  |
| 2. Prof. Dr. Abdul Ngalim, M.Hum | (.....) |  |
| 3. Drs. Andi Haris Prabawa, M.Hum | (.....) |  |

Surakarta, 26 Juli 2016

Universitas Muhammadiyah Surakarta
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Dekan,



(Prof. Dr. Harun Joko Prayitno, M.Hum.)

NIP.19650428199303001

MOTTO

Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu; Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui.

(QS Al-Baqarah:216)

Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.

(Q.S. Al-Insyirah: 6-8)

Jangan jadikan kegagalan sebagai alasan untuk menyerah. Karena akan selalu ada cara, akan selalu ada jalan jika kamu mau berusaha (Penulis).

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah Swt yang telah memberikan ilmu dan kemudahan untuk menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini diperuntukkan untuk keluarga, calon imam, dan teman tercinta

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Bertindak Tutar Komisif pada Wacana Iklan Kosmetik”. Penulisan skripsi ini digunakan untuk memenuhi syarat dalam rangka mencapai gelar sarjana Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Pelaksanaan penelitian dan penyusunan skripsi ini banyak mendapatkan bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini dengan kerendahan hati penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Bambang Setiaji, M.S., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan sarana dan prasarana kepada mahasiswa dalam menunjang keberhasilan.
2. Prof. Dr. Harun Joko Prayitno, M.Hum., selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta yang senantiasa memotivasi demi kemajuan mahasiswa dan juga selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan, motivasi, arahan, dan memberi dukungan dalam penyusunan skripsi.
3. Drs. Zainal Arifin, M.Hum., selaku Ketua Jurusan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia yang telah memberikan ilmu, saran, dan pengarahan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.

4. Drs. Adyana Sunanda, M.Hum., selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan akademik kepada penulis selama masa kuliah di Jurusan Pendidikan Bahasa Sastra Indonesia dan Daerah Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Dosen-dosen Pendidikan Bahasa Sastra Indonesia dan Daerah fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta yang selama ini telah memberikan ilmu selama perkuliahan.
6. Kedua orangtuaku, Bapak Ngadiyono dan Ibu Etik Hariyanti yang selalu mendoakan, mendidik, mendukung, membiayai, dan memberikan semangat kepada penulis.
7. Kedua adik kembarku, Arfin Wibowo Adi dan Irfan Risky Fausi yang telah memberikan semangat, doa, dan kasih sayang.
8. Adi Yuwono yang selalu memberikan motivasi, dukungan, dan kesabaran.
9. Teman-temanku PBSI FKIP khususnya angkatan 2011 kelas C terima kasih atas kebersamaannya selama menempuh kuliah di UMS

Seiring dengan doa semoga semua bantuan dan motivasi yang diberikan kepada penulis mendapat balasan dan pahala dari Allah Swt. Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna dan banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Harapan dari penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya.

.Wasalamualaikum Wr. Wb.

Surakarta, 22 Februari 2016

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
A. Landasan Teori.....	5
1. Pragmatik	5
2. Tindak Tutur	7
a. Pengertian tindak tutur	7
b. Jenis tindak tutur	7
c. Fungsi tindak tutur	11
d. Aspek- aspek situasi ujar.....	12
3. Tindak Tutur Komisif	13
a. Tindak tutur komisif berniat	13
b. Tindak tutur komisif berjanji.....	13
c. Tindak tutur komisif bersumpah.....	14

d. Tindak tutur komisif bernadar	14
4. Strategi	15
5. Wacana Iklan Kosmetik	16
B. Penelitian Terdahulu yang Relevan	18
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Jenis dan Desain Penelitian	23
B. Tempat dan Waktu Penelitian	23
C. Data dan Sumber Data	23
D. Kehadiran Peneliti	24
E. Teknik Pengumpulan Data	24
F. Keabsahan Data	25
G. Teknik Analisis Data	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	26
A. Hasil Penelitian	26
1. Bentuk Tindak Tutur Komisif pada Iklan Kosmetik	26
a. Aspek Berniat	27
b. Aspek Berjanji	67
c. Aspek Bersumpah	87
d. Aspek Bernadar	95
2. Strategi Tindak Tutur Komisif pada Iklan Kosmetik	96
B. Pembahasan	98
1. Aspek Berniat	98
a. Berniat dari segi kesehatan	99
b. Berniat menyempurnakan kecantikan	99
2. Aspek Berjanji	99
a. Berjanji dari segi waktu	100
b. Berjanji dari segi kecantikan	100
c. Berjanji dari segi kesehatan	100
3. Aspek Bersumpah	101
4. Aspek Bernadar	101
C. Keterbatasan Penelitian	103

BAB V	PENUTUP.....	105
	A.Simpulan.....	105
	B.Implikasi	105
	C.Saran	105
DAFTAR PUSTAKA.....		107
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Data bentuk tindak tutur kosmetik wacana iklan kosmetik.....	24
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Bentuk Wacana Iklan Kosmetik

Lampiran 2. Data Gambar Wacana Iklan Kosmetik

ABSTRAK

Helin Dian Antika/ A 310110143. **STRATEGI BERTINDAK TUTUR KOMISIF PADA WACANA IKLAN KOSMETIK.** Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta. 22 Februari 2016.

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan bentuk tindak tutur komisif pada wacana iklan kosmetik dan mendiskripsikan strategi bertindak tutur komisif pada wacana iklan kosmetik. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian analisis isi. Peneliti mengamati bahasa yang dipergunakan untuk menawarkan sebuah produk pada wacana iklan kosmetik. Teknik dasar dalam penelitian ini adalah teknik pilah unsur penentu atau teknik PUP. Daya pilah yang dimaksud adalah daya pilah pragmatis. Melalui daya pilah tersebut dapat diketahui jenis tindak tutur yang terdapat dalam wacana iklan kosmetik. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa tindak tutur komisif pada iklan kosmetik terdapat 100 wacana yang mana strategi dalam aspek tutur kata komisif yaitu berniat, berjanji, bersumpah dan bernadar. Konteks yang mempengaruhi tindak tutur komisif pada iklan kosmetik adalah adanya usaha penutur memberikan keyakinan bagi lawan tutur agar menggunakan produk yang ditawarkan. Strategi yang digunakan dalam tindak tutur komisif pada iklan kosmetik di atas adalah deklaratif tidak langsung. Dikatakan deklaratif tidak langsung karena iklan tersebut sebenarnya bermaksud meminta pembaca iklan untuk menggunakan produk yang ditawarkan. Namun, pembuat iklan berusaha menghaluskan atau mengimplisitkan permintaan tersebut ke dalam bentuk deklaratif.

Kata kunci: tindak tutur komisif, iklan, kosmetik.

ABSTRACT

Helin Dian Antika / A 310110143. SAID ACTING STRATEGY COMMISSIVE IN COSMETICS ADVERTISING DISCOURSE . The Faculty of Education , University of Muhammadiyah Surakarta . February 22, 2016

Studies this aims to describe the form of speech acts commissive in cosmetics advertising discourse and describing strategies act said commissive in cosmetics advertising discourse. This research is descriptive qualitative research. This study uses content analysis research design. Researchers studied the language used to offer a product in cosmetics advertising discourse. Basic techniques in this study is a decisive element sorting technique or techniques PUP. Pilah power in question is aggregated power pragmatists. Sorting through the power can be known of speech acts contained in cosmetics advertising discourse. Based on the survey results revealed that the speech act commissive in cosmetics advertising discourse which there are 100 in the strategy aspect commissive speech that is intended, promise, swear and bernadar. Context affecting speech acts commissive in cosmetics advertising is their attempt speakers give confidence to opponents said that using the products offered. The strategy used in speech acts commissive in cosmetics ads above is declarative indirectly. It said declarative indirectly because the ad was actually intends to request the ad reader to use the products offered. However, the advertiser trying to soften or mengimplisitkan these requests into declarative form.

Keywords: speech acts commissive, advertising, cosmetics.